

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Perkembangan bisnis di era globalisasi saat ini menuntut setiap individu untuk berfikir mandiri dalam meningkatkan pendapatan guna mencapai kesejahteraan hidup. Banyak hal yang dapat dilakukan untuk memperoleh pendapatan salah satunya dengan melakukan wirausaha.

Disamping itu, banyaknya usaha yang bermunculan baik perusahaan kecil maupun besar berdampak pada persaingan yang ketat antar perusahaan baik yang sejenis maupun yang tidak sejenis. Oleh karena itu, pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan dalam menghadapi persaingan, pengembangan usaha dan untuk mendapatkan laba, sehingga perusahaan dapat mengembangkan produknya, menetapkan harga, mengadakan promosi dan mendistribusikan barang dengan efektif.<sup>1</sup> Secara umum pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya.<sup>2</sup>

Secara definitif dapat dikatakan bahwa konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup

<sup>1</sup> Mulyadi Nitisusastro, *kewirausahaan dan Manajemen Usaha kecil*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 26.

<sup>2</sup> Philip Kotler, *manajemen Pemasaran : Analisis, perencanaan dan pengendalian*, jilid terj. Jaka Wasana, (Jakarta :Erlangga, 2006), h. 5.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perusahaan.<sup>3</sup> Kegiatan pemasaran selama ini tidak terlepas dari unsur persaingan. Tidak ada satu bisnis pun, yang leluasa bisa santai menikmati penjualan dan keuntungan, karena akan ada persaingan yang ingin turut menikmatinya. Bahkan yang sering terjadi adalah sebuah persaingan yang sangat kejam, persaingan tidak mengenal belas kasihan. Persaingan tidak akan menanyakan apakah modal si pesaing itu dari warisan atau berasal dari hasil pinjaman. Oleh karena itu, masalah persaingan mendapatkan perhatian dalam pemasaran.<sup>4</sup>

Dalam arti yang lebih luas, pemasaran berusaha untuk mendapatkan tanggapan terhadap suatu penawaran. Tanggapan tersebut mungkin lebih dari sekedar pembelian sederhana atau perdagangan produk atau jasa. Pemasaran terdiri dari tindakan-tindakan yang diambil untuk memperoleh tanggapan yang diharapkan dari sasaran atau *audiens* terhadap beberapa produk, jasa, gagasan, dan objek lainnya. Kegiatan pemasaran tidak sekedar menciptakan transaksi-transaksi jangka pendek, lebih dari itu pemasar juga harus membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan, distributor, dan pemasok.<sup>5</sup>

Selain mempelajari kegiatan pemasaran, pelaku bisnis modern perlu memperhatikan perilaku konsumen untuk mengetahui apa yang benar-benar diinginkan setiap konsumen agar dapat memenangkan persaingan.

<sup>3</sup> Basu Swastha DH, *Asas-asas Marketing*, (Yogyakarta :Liberty, 2005), h. 17.

<sup>4</sup> M. Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran (jelajahi & rasakan!)*, (jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2005), h. 18.

<sup>5</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga, 2001), h. 25.

Perilaku konsumen adalah wujud dan kekuatan tawar yang merupakan salah satu kekuatan kompetitif yang menentukan intensitas persaingan dan profitabilitas perusahaan. Perilaku konsumen bukanlah sekedar mengenai pembelian barang. Lebih dari itu, perilaku konsumen adalah suatu hal yang dinamis, yang mencakup suatu hubungan interaktif antara efektif dan kognitif, perilaku dan lingkungan.<sup>6</sup>

Melihat kondisi masyarakat sebagai konsumen berbagai jenis produk dewasa ini semakin menunjukkan kemajuan. Hal ini tentunya terjadi seiring dengan meningkatnya daya beli masyarakat, maka kebutuhan masyarakat juga terasa kian beragam. Saat ini konsumen dalam menentukan keputusan pada saat membeli sebuah produk tidak saja dipengaruhi oleh adanya kebutuhan akan produk tersebut tetapi juga dipengaruhi oleh beberapa faktor lainnya seperti faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor kepribadian, dan faktor psikologis.

Salah satu gaya hidup yang juga mempengaruhi *trendfashion* dewasa saat ini adalah Kawat Gigi (*behel*). Kawat gigi atau alat yang biasa disebut *behel* sebenarnya merupakan alat untuk meratakan gigi atau obat dari kelainan pada gigi. Saat ini *behel* malah dijadikan sebagai trend karena *behel* memiliki efek yang cukup menarik yaitu memperindah penampilan. Saat ini *behel* tersedia dengan berbagai macam jenis warna, bentuk dan motif, semua bisa dipilih sesuai kemauan dan selera. Walaupun *behel* memiliki harga yang relatif mahal, anak remaja di Indonesia rela merogoh kocek dan meminta

<sup>6</sup> Sopiah dan Syihabudhin, *Manajemen Bisnis Ritel*, (Yogyakarta; Andi, 2008), h. 31.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

orang tua untuk membelinya walaupun tidak memiliki kelainan pada gigi mereka. Keinginan untuk tampil beda dilingkungan sosialnya membuat remaja menggunakan kawat gigi sebagai penunjang penampilan. Meskipun demikian pemakaian kawat gigi dianggap aneh dan kuno. Namun saat ini yang nama kerennya *behel* ini mulai menjadi trend dimasyarakat, sehingga banyak remaja dan orang dewasa menggunakannya. Kawat Gigi berguna untuk memperbaiki susunan gigi, estetis muka, sudut bibir, rahang dan senyum. Pemasangan kawat gigi diharapkan dapat mengubah susunan dan bentuk rahang dengan mendorong dan menahan pergerakan gigi. Selain itu benda ini juga untuk memperbaiki fungsi bicara, bentuk muka, dan sudut bibir. Jenis kawat gigi ini pun beragam, ada yang lepas pasang adapun yang permanen. Jenis modelnya pun bermacam-macam. Meskipun orientasi kawat gigi untuk kesehatan, tetapi untuk saat ini gaya hidup telah membawanya sebagai penunjang penampilan. Banyak orang yang gigi rapi tapi tetap saja menggunakan kawat gigi. Saat ini kawat gigi telah menjadi *icon mode*, penggunaannya banyak diminati oleh kaum remaja. Bukan saja untuk kaum perempuan tetapi juga kaum laki-laki. Trend pemakaian kawat gigi yang dikaitkan dengan gaya hidup dan fashion membuat banyak orang nekat memakai, walaupun sebenarnya tidak memerlukannya.<sup>7</sup>

Islam mengajarkan bahwa manusia sejak lahir telah dikaruniai oleh Allah SWT dengan berbagai kelebihan bila dibandingkan makhluk lainnya.

<sup>7</sup> <https://www.google.co.id/search?hl=en&q=trend+penggunaan+kawat+gigi+dikota+sura+baya.&cad=h>

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kelebihan tersebut antara lain, baik kelebihan rohaninya ataupun jasmaninya, seperti yang telah diterangkan Allah SWT didalam Al-Qur'an QS. At Tiin (95) :4 :

لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَنِ تَقْوِيمٍ ﴿٤﴾

Artinya : “*sesungguhnya kami telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya.*

Firman Allah Swt di atas menjelaskan bahwa manusia diciptakan dengan sebaik-baiknya bentuk, tetapi tetap saja sebagai makhluk yang diberikan daya intelektual atau daya pikir yang tinggi, serta makhluk yang mempunyai hasrat, maka dia (manusia) ingin selalu tampil lebih dari orang lain, maka banyak manusia yang merasa kurang bisa menerima dengan jasmani yang telah diberikan Allah SWT kepadanya.<sup>8</sup>

Perkembangan produk kawat gigi dipasaran banyak memberikan keleluasan bagi konsumen untuk memilih produk yang sesuai dengan keinginannya. Oleh karna itu perlu perusahaan untuk menganalisis perilaku konsumen kawat gigi (*behel*) untuk mengetahui pola pembelinya. Salah satunya yang terletak pada jalan. Merpati No.104 Sudirman yang bernama “SURI SHOP”. Untuk mengetahui lebih lanjut jumlah yang melakukan pembelian produk Kawat Gigi (*behel*) pada “SURI SHOP di Pekanbaru “Selama tahun 2016 dapat dilihat pada tabel berikut :

<sup>8</sup> [https://www.academia.edu/29026656/manusia\\_sebagai\\_makhluk\\_yang\\_paling\\_sempurna](https://www.academia.edu/29026656/manusia_sebagai_makhluk_yang_paling_sempurna)

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Pasien yang membeli produk kawat gigi( behel) pada Suri Shop Di Pekanbaru Pada Tahun 2016**

NO	BULAN	JENIS KELAMIN		JUMLAH
		LAKI-LAKI	PEREMPUAN	
1	Januari	1	11	12
2	Februari	0	4	4
3	Maret	0	8	8
4	April	1	4	5
5	Mai	2	6	8
6	Juni	0	5	5
7	Juli	2	11	13
8	Agustus	2	10	12
9	September	3	8	11
10	Oktober	0	4	4
11	November	0	6	6
12	Desember	2	12	14
<b>JUMLAH</b>		<b>13</b>	<b>89</b>	<b>102</b>

Sumber : Suri Shop Pekanbaru, Tahun 2016

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah keseluruhan konsumen yang melakukan pembelian produk kawat gigi adalah 102 orang pada tahun 2016. Dan juga dapat diambil kesimpulan bahwa kaum perempuan lebih cenderung menggunakan kawat gigi. Keanekaragaman konsumen dalam memenuhi kebutuhan dapat dipengaruhi berbagai faktor baik yang berasal dari diri konsumen maupun luar konsumen. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen diantaranya adalah faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi. Dari uraian diatas maka penulis tertarik untuk meneliti dan menganalisa masalah judul yaitu : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK KAWAT GIGI (BEHEL) PADA SURI SHOP DI PEKANBARU DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM.**

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## B. Batasan Masalah

Untuk lebih terarahnya pembahasan dalam penelitian ini perlu kiranya dibatasi pokok pembahasannya, titik pokok pembahasan ini adalah” Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Kawat Gigi (*Behel*) Pada Suri Shop Di Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam.

## C. Rumusan Masalah

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian produk kawat gigi (*behel*) dan faktor manakah yang paling dominan mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian produk kawat gigi (*behel*) pada Suri Shop di Pekanbaru?
2. Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam tentang perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk kawat gigi (*behel*) pada Suri Shop di Pekanbaru?

## D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian
  - a. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dan faktor yang paling dominan mempengaruhi dalam pembelian produk kawat gigi (*Behel*) pada Suri Shop di Pekanbaru.
  - b. Mengetahui pandangan Ekonomi Islam tentang perilaku konsumen dalam pembelian produk kawat gigi (*behel*) pada Suri Shop di Pekanbaru.

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi penulis, selain sebagai menyelesaikan pendidikan, juga dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan, dan melatih penulis untuk dapat menerapkan teori-teori yang diperoleh dari perkuliahan.
- b. Bagi perusahaan produsen behel, bahan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan dapat memberikan masukan khususnya pada perusahaan dalam meningkatkan penjualan dan menyusun rencana lebih baik lagi untuk masa mendatang.
- c. Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian selanjutnya.

## E. Metode Penelitian

### 1. Lokasi Penelitian

Tempat atau lokasi yang menjadi objek penelitian ini adalah Suri Shopyang berada di jalan. Merpati Gang. Al-Muqqadis No.104 Sudirman, Pekanbaru. Alasan penulis mengambil lokasi penelitian ini karena lokasi ini merupakan daerah yang sangat strategis dengan tingkat aktivitas yang tinggi dan lokasinya terletak didekat pasar Dupa dan lokasi penelitian yang mudah dijangkau oleh penulis.

### 2. Subyek dan Objek Penelitian

Subyek penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian produk kawat gigi (*behel*), sedangkan yang menjadi objek penelitian adalah Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian produk kawatgigi (*Behel*) pada Suri Shop di Pekanbaru.



## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Bahan yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pada suri shop yang melakukan pembelian produk kawat gigi (*behel*) berjumlah 102 orang. Sample adalah sebagian dari populasi memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi. Metode pengambilan sampelnya menggunakan metode slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N= ukuran populasi

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir yaitu sebesar 0,1 (10%)

Berdasarkan Rumus Slovin, maka besarnya penarikan sampel penelitian adalah :

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\ n &= \frac{102}{1 + 102(0,1)^2} \\ &= \frac{102}{2,02} \\ &= 50,49/50 \text{ Orang} \end{aligned}$$

Berdasarkan pada hasil perhitungan rumus slovin tersebut tersebut, maka responden yang diambil sebanyak 50 orang.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### 4. Sumber Data

- a. Sumber data primer

Merupakan yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau pereorangan seperti hasil wawancara dengan orang-orang terkait. Adapun data primer dari penelitian ini diperoleh langsung dari Suri Shop yang berada di Sudirman jalan. Merpati Dikota Pekanbaru.

- b. Sumber Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh dari buku-buku di perpustakaan dan dokumen-dokumen yang terkait dengan penelitian.

#### 5. Teknik Pengumpulan Data

- a. Observasi

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung dilapangan untuk mendapatkan gambaran secara nyata tentang kegiatan yang akan diteliti.

- b. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan yang di wawancarai, tetapi dapat juga secara tidak langsung seperti memberikan untuk dijawab pada kesempatan lain.<sup>9</sup>

- c. Angket

Angket adalah daftar pertanyaan yang akan diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna.<sup>10</sup>

<sup>9</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), cet. Ke-2, h. 51.

<sup>10</sup> Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), Cet II, h. 44.

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### d. Studi Pustaka

Yaitu penulis mengambil buku-buku referensi yang ada kaitannya dengan persoalan yang di teliti.

### 6. Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numerical (angka-angka) yang diolah dengan metode statistic. Pada dasarnya pendekatan kuantitatif dilakukan pada jenis penelitian inferensial dan menyandarkan kesimpulan hasil penelitian pada suatu probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti.<sup>11</sup>

Analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

#### a. Uji Instrumen Penelitian

##### 1. Uji Validitas

Uji Validitas adalah untuk mengetahui seberapa tepat item atau kuesioner yang disusun mampu menggambarkan keadaan yang sebenarnya dari variabel penelitian. Teknik uji validitas instrument dengan korelasi pearson dilakukan dengan mengkorelasikan skor item, kemudian pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria r tabel pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Dikatakan valid

<sup>11</sup> Sutrisno Badri, *Metode Statistika Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Ombak, 2012),h. 12.

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(baik) apabila nilai koefisien korelasi  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan sebaliknya.<sup>12</sup> Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai korelasi  $r$  hitung dengan  $r$  tabel produk moment, dengan kriteria pengujian:

- a. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka item pernyataan dikatakan valid.
- b. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka item pernyataan dikatakan tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dalam sebuah penelitian dengan maksud untuk mengetahui seberapa besar tingkat keabsahan sehingga dapat menghasilkan data yang benar-benar sesuai dengan kenyataan. Instrumen yang reliable adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.<sup>13</sup> Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai alpha cronbach dengan 0,6, kriteria pengujian adalah:

- a. Jika alpha cronbach  $>$  0,6 maka reliabilitas/ handal
- b. Jika alpha cronbach  $<$  0,6 maka tidak reliabilitas/ tidak handal.

## b. Uji Model Penelitian

### 1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya

<sup>12</sup> Duwi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2012), h.117.

<sup>13</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dengan R&D*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2013), Cet. Ke-19, h. 121.

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mempunyai distribusi normal atau tidak, dapat dilihat pada bentuk distribusi datanya, yaitu pada histogram maupun normal 42 probability plot. Pada histogram, data dikatakan memiliki distribusi yang normal jika data tersebut berbentuk lonceng. Sedangkan pada normal probability plot, data dikatakan normal jika ada penyebaran titik-titik disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal.

### 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>14</sup>

### 3. Uji Multikolinearitas

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik adalah seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortognal.<sup>15</sup>

#### c. Uji Statistik

##### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda yang berguna untuk mencari

<sup>14</sup> Duwi priyatno, *5 Jam Belajar Olah Data Dengan SPSS 17*, (Yogyakarta: Andi, 2009), h.160.

<sup>15</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Undip,2007), h.91.

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pengaruh dua variabel prediktor atau untuk mencari hubungan fungsional dua variabel prediktor atau lebih terhadap variabel kriterianya.<sup>16</sup> Analisa ini berguna untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersamaan terhadap keputusan pembelian pada Suri shop di Pekanbaru. Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan konsumen

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X1 = Variabel kebudayaan

X2 = Variabel sosial

X3 = Variabel pribadi

X4 = Variabel psikologis

E = Error

## 2. Uji f

Uji f ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh secara bersama variabel independen, yaitu menentukan pengaruh dan tingkat signifikan digunakan  $\alpha = 0,05$  atau 5% melalui program SPSS.

<sup>16</sup> Hartono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar), 2010, h.164.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3. Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) dengan  $\alpha = 0,05$  atau 5%. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka tidak terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

### 4. Koefisien korelasi (r)

Koefisien korelasi dilakukan untuk melihat keberatan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Kriteria derajat hubungan koefisien korelasi adalah seperti pada tabel 1.2 sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Interpretasi Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Erat
0,80 - 0,100	Sangat erat

Sumber : *Sugiono, 2012*

### 5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Koefisien determinasi akan menjelaskan perubahan atau

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

variasi suatu variabel bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi pada variabel yang lain.<sup>17</sup>

## 7. Teknik Penulisan

- a. Deduktif yaitu mengungkapkan data- data umum yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, kemudian dia analisa dan diambil kesimpulan secara khusus.
- b. Induktif yaitu mengumpulkan data yang bersifat khusus kemudian diuraikan kepada hal- hal yang bersifat umum.

## F. Penelitian Terdahulu

Herdi Jayakusumah (2011), judul *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Teh Celup Sariwangi (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Bekasi)*. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil dari 27 variabel yang dianalisa dengan model analisa faktor yang merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian teh celup Sariwangi terdiri dari 8 faktor yaitu faktor psikologis, produk, sosial, distribusi, harga, promosi, individu, dan pelayanan. Sedangkan faktor yang paling dominan dalam penelitian ini adalah faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor kemudahan dalam mendapatkan produk.<sup>18</sup>

<sup>17</sup> Budi Purbayu Santosa Dan Ansari, *Analisis Statistik Dengan Microsoft Excel & SPSS*, (yogyakarta: Andi Offset, 2005), h.125.

<sup>18</sup> Herdi Jayakusumah, “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Teh Celup Sariwangi*,” (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Bekasi)”, Jurnal, (Jakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIN Hidayatullah, 2011) (<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/3821/1/HERDI%20JAYAKUSUMAH-FEB.pdf> )



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Puspa Ningrum (2017), judul *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Mahasiswa Memilih Rumah Kost Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi terhadap Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)*. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih rumah kost adalah faktor faktor internal yang terdiri dari sumber daya konsumen (mahasiswa), motivasi, pengetahuan, kepribadian, sikap, gaya hidup dan faktor eksternal yaitu kelompok referensi.<sup>19</sup>

Cece Abdurrohman ( 2009), judul *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Kijang (Studi Kasus Pembelian Mobil Kijang di Karawang)*. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap pembelian mobil kijang yaitu faktor kelompok referensi, faktor ekonomi, faktor sosial, faktor promosi, faktor harga, faktor distribusi, faktor produk, faktor budaya. Faktor yang paling dominan mempengaruhi pembelian mobil Kijang di daerah Karawang adalah faktor referensi.<sup>20</sup>

## G. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan diatas, penulis membuat model kerangka berpikir yang menjelaskan sistematika kerja penelitian ini sebagaimana terlihat pada gambar berikut ini :

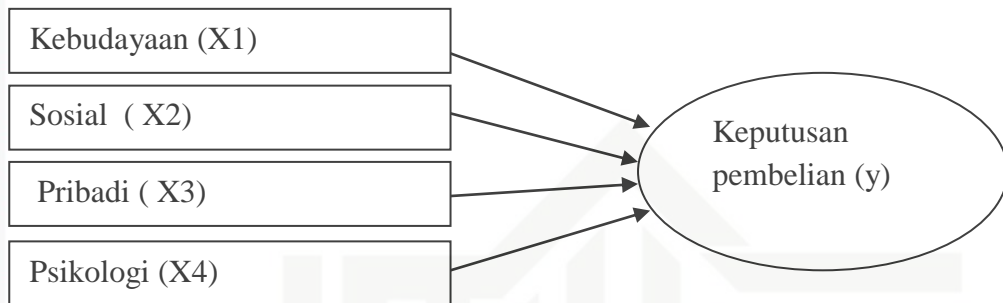
<sup>19</sup> Puspa Ningrum, “ *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Kost Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Studi terhadap Mahasiswa Fakultas Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung)”, Jurnal, (Lampung: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, 2017) ( [http://repository.radenintan.ac.id/1343/1/Skripsi\\_Ningrum.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/1343/1/Skripsi_Ningrum.pdf) )

<sup>20</sup> Cece Abdurrohman, “ *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Kijang (Studi Kasus Pembelian Mobil Kijang di Karawang)*”, Jurnal, ( Jakarta: Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial UIN Hidayatullah, 2009) ( <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/17756/1/Cece%20Abdurrohman.pdf>)

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Gambar 1.1**  
**Kerangka Berpikir**



## H. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan landasan analisis teori diatas dapat disusun suatu hipotesa yang merupakan jawaban sementara dari permasalahan penelitian dan masih harus dibuktikan secara empiris.<sup>21</sup>Yaitu diduga faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian produk kawat gigi (*behel*) pada Suri Shop di Pekanbaru dipengaruhi oleh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi.

## I. Definisi Variabel

Definisi variabel adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan untuk mengukur variabel tersebut.<sup>22</sup> Menjawab permasalahan- permasalahan pada penelitian ini penulis sajikan operasionalisasi variabel sebagai berikut :

<sup>21</sup> Moh.Pabunda Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta :Bumi Aksara, 2006),h. 29-30.

<sup>22</sup> Moh.Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia,2013),h. 126.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Variabel	Definisi	Indikator
Keputusan pembelian (y)	Suatu tindakan konsumen dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan untuk memakai kawat gigi ( <i>behel</i> ) diikuti oleh kepuasan yang dirasakan oleh konsumen tersebut.	a. Pengenalan kebutuhan b. Pencarian informasi c. Evaluasi Alternatif d. Keputusan membeli e. Evaluasi pasca pembelian
Kebudayaan (X1)	Suatu ciri khas dari sekumpulan orang yang diterapkan secara turun temurun sebagai penuntun dari kehidupan mereka sehari-hari	a. Pergeseran budaya b. Wilayah geografis c. Status sosial
Sosial (X2)	Tingkat status sosial masyarakat atau keadaan ekonomi seseorang yang terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan.	a. Mengikuti lingkungan b. Pengalaman dari keluarga. c. Mengikuti teman
Pribadi (X3)	Suatu keadaan dimana seseorang mempunyai sifat untuk bisa menentukan keputusannya sesuai dengan keinginannya tanpa ada paksaan dari pihak lain.	a. Usia b. Situasi ekonomi c. Gaya hidup d. Pekerjaan
Psikologi (X4)	Suatu keadaan dimana seseorang mempunyai keinginan-keinginan yang berasal dari diri pribadinya untuk menentukan keputusannya sesuai dengan keinginannya.	a. Motivasi b. Persepsi c. Pengetahuan d. Keyakinan

## J. Sistematika Penulisan

Untuk lebih terarahnya penulisan karya ilmiah ini, maka penulis membagi penulisan ini kepada berbagai bab, yaitu:

### BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdiri dari, Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Metode Penelitian, Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran, Hipotesis Penelitian, Definisi Variabel, Sistematika Penulisan.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Bab ini memberikan gambaran tentang sejarah singkat berdirinya Suri Shop , Struktur organisasi, Ketenagakerjaan, Visi dan Misi

**BAB III : TINJAUAN TEORITIS**

Bab ini menjelaskan tentang pengertian Pemasaran, Produk, Pengertian Perilaku Konsumen, Teori Perilaku Konsumen, Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen, Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam, Pengertian Keputusan Pembelian, Peran Konsumen dalam Membeli, Jenis-jenis Tingkah Laku Keputusan Pembelian, Tahapan Proses Keputusan Pembelian, Keputusan Pembelian Menurut Perspektif Ekonomi Islam,.

**BAB IV : PEMBAHASAN**

Pada bab ini di uraikan mengenai deskripsi hasil penelitian berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan dan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan dan tinjauan ekonomi Islam terhadap pembelian poduk kawat gigi (*behel*) pada Suri Shop di Pekanbaru.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini merupakan bagian akhir dari penelitian yang meliputi kesimpulan dan saran penulis.